

INTRODUCCIÓN A LA CAPACITACIÓN EMPRESARIAL



CONVINZE

JORNADA TORREJÓN EMPRENDE

23 DE ENERO DE 2025

INTRODUCCIÓN A LA CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

CONVIERTE TU PROYECTO EN UNA EMPRESA A TU MEDIDA



CONVINZE



COMPETENCIAS ESENCIALES DE TODA EMPRESA





CONVINZE

COMPETENCIAS ESENCIALES DE TODA EMPRESA



Estrategia: decide cómo jugarás el partido, cómo vas a intentar diferenciarte de los demás.



Dirección: ejecución, priorización, planificación, dirección de personas.



Comercial: cómo vas a comunicar con el mercado y convencer a tus clientes.



Producción: cómo creas valor para tu cliente. Cómo haces lo que sabes /tienes que hacer.



Control: cómo gestionas la información para decidir, facturar, presupuestar

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN



CEO

DEPARTAMENTO COMERCIAL

DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

Marketing

Fuerza Ventas

Diseño

Ejecución

Contabilidad

Control

Posventa

Estadística



CONVINZE

AUTÓNOMO



VS



CEO



CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN



CONVINZE



Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
 - Proactividad
 - Visión global
- Capacidad planificadora
 - Creatividad
 - Rigor
- Perfeccionismo
 - Tesón
 - Objetividad
 - Curiosidad
- Negociación
 - Liderazgo
- Independencia
 - Ambición
 - Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA



RESPONSABILIDAD DIRECTIVA



RESPONSABILIDAD COMERCIAL



RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA



RESPONSABILIDAD DE CONTROL



Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
- Proactividad
- Visión global
- Capacidad planificadora
- Creatividad
- Rigor
- Perfeccionismo
- Tesón
- Objetividad
- Curiosidad
- Negociación
- Liderazgo
- Independencia
- Ambición
- Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA



RESPONSABILIDAD DIRECTIVA



RESPONSABILIDAD COMERCIAL



RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA



RESPONSABILIDAD DE CONTROL



Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
- Proactividad
- Visión global
- Capacidad planificadora
- Creatividad
- Rigor
- Perfeccionismo
- Tesón
- Objetividad
- Curiosidad
- Negociación
- Liderazgo
- Independencia
- Ambición
- Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA



RESPONSABILIDAD DIRECTIVA



RESPONSABILIDAD COMERCIAL



RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA



RESPONSABILIDAD DE CONTROL



Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
- Proactividad
- Visión global
- Capacidad planificadora
- Creatividad
- Rigor
- Perfeccionismo
- Tesón
- Objetividad
- Curiosidad
- Negociación
- Liderazgo
- Independencia
- Ambición
- Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA



RESPONSABILIDAD DIRECTIVA



RESPONSABILIDAD COMERCIAL



RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA



RESPONSABILIDAD DE CONTROL



Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
- Proactividad
- Visión global
- Capacidad planificadora
- Creatividad
- Rigor
- Perfeccionismo
- Tesón
- Objetividad
- Curiosidad
- Negociación
- Liderazgo
- Independencia
- Ambición
- Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA



RESPONSABILIDAD DIRECTIVA



RESPONSABILIDAD COMERCIAL



RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA



RESPONSABILIDAD DE CONTROL



Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
- Proactividad
- Visión global
- Capacidad planificadora
- Creatividad
- Rigor
- Perfeccionismo
- Tesón
- Objetividad
- Curiosidad
- Negociación
- Liderazgo
- Independencia
- Ambición
- Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA



RESPONSABILIDAD DIRECTIVA



RESPONSABILIDAD COMERCIAL



RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA



RESPONSABILIDAD DE CONTROL



Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
- Proactividad
- Visión global
- Capacidad planificadora
- Creatividad
- Rigor
- Perfeccionismo
- Tesón
- Objetividad
- Curiosidad
- Negociación
- Liderazgo
- Independencia
- Ambición
- Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA



RESPONSABILIDAD DIRECTIVA



RESPONSABILIDAD COMERCIAL



RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA



RESPONSABILIDAD DE CONTROL



Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
- Proactividad
- Visión global
- Capacidad planificadora
- Creatividad
- Rigor
- Perfeccionismo
- Tesón
- Objetividad
- Curiosidad
- Negociación
- Liderazgo
- Independencia
- Ambición
- Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA



RESPONSABILIDAD DIRECTIVA



RESPONSABILIDAD COMERCIAL



RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA



RESPONSABILIDAD DE CONTROL



Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
- Proactividad
- Visión global
- Capacidad planificadora
- Creatividad
- Rigor
- Perfeccionismo
- Tesón
- Objetividad
- Curiosidad
- Negociación
- Liderazgo
- Independencia
- Ambición
- Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA



RESPONSABILIDAD DIRECTIVA



RESPONSABILIDAD COMERCIAL



RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA



RESPONSABILIDAD DE CONTROL



Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
- Proactividad
- Visión global
- Capacidad planificadora
- Creatividad
- Rigor
- Perfeccionismo
- Tesón
- Objetividad
- Curiosidad
- Negociación
- Liderazgo
- Independencia
- Ambición
- Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA



RESPONSABILIDAD DIRECTIVA



RESPONSABILIDAD COMERCIAL



RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA



RESPONSABILIDAD DE CONTROL



Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
- Proactividad
- Visión global
- Capacidad planificadora
- Creatividad
- Rigor
- Perfeccionismo
- Tesón
- Objetividad
- Curiosidad
- Negociación
- Liderazgo
- Independencia
- Ambición
- Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA



RESPONSABILIDAD DIRECTIVA



RESPONSABILIDAD COMERCIAL



RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA



RESPONSABILIDAD DE CONTROL



Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
- Proactividad
- Visión global
- Capacidad planificadora
- Creatividad
- Rigor
- Perfeccionismo
- Tesón
- Objetividad
- Curiosidad
- Negociación
- Liderazgo
- Independencia
- Ambición
- Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA



RESPONSABILIDAD DIRECTIVA



RESPONSABILIDAD COMERCIAL



RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA



RESPONSABILIDAD DE CONTROL



Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
- Proactividad
- Visión global
- Capacidad planificadora
- Creatividad
- Rigor
- Perfeccionismo
- Tesón
- Objetividad
- Curiosidad
- Negociación
- Liderazgo
- Independencia
- Ambición
- Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA



RESPONSABILIDAD DIRECTIVA



RESPONSABILIDAD COMERCIAL



RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA



RESPONSABILIDAD DE CONTROL



Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
- Proactividad
- Visión global
- Capacidad planificadora
- Creatividad
- Rigor
- Perfeccionismo
- Tesón
- Objetividad
- Curiosidad
- Negociación
- Liderazgo
- Independencia
- Ambición
- Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA



RESPONSABILIDAD DIRECTIVA



RESPONSABILIDAD COMERCIAL



RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA



RESPONSABILIDAD DE CONTROL



Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
- Proactividad
- Visión global
- Capacidad planificadora
- Creatividad
- Rigor
- Perfeccionismo
- Tesón
- Objetividad
- Curiosidad
- Negociación
- Liderazgo
- Independencia
- Ambición
- Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA



RESPONSABILIDAD DIRECTIVA



RESPONSABILIDAD COMERCIAL



RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA



RESPONSABILIDAD DE CONTROL



Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
- Proactividad
- Visión global
- Capacidad planificadora
- Creatividad
- Rigor
- Perfeccionismo
- Tesón
- Objetividad
- Curiosidad
- Negociación
- Liderazgo
- Independencia
- Ambición
- Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA

RESPONSABILIDAD DIRECTIVA

RESPONSABILIDAD COMERCIAL

RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA

RESPONSABILIDAD DE CONTROL





Capacidades:

- Empatía
- Capacidad analítica
- Proactividad
- Visión global
- Capacidad planificadora
- Creatividad
- Rigor
- Perfeccionismo
- Tesón
- Objetividad
- Curiosidad
- Negociación
- Liderazgo
- Independencia
- Ambición
- Orden



RESPONSABILIDAD ESTRATÉGICA

RESPONSABILIDAD DIRECTIVA

RESPONSABILIDAD COMERCIAL

RESPONSABILIDAD PRODUCTIVA

RESPONSABILIDAD DE CONTROL





CONVINZE

COMPETENCIAS ESENCIALES DE TODA EMPRESA



- Capacidad analítica
- Visión global
- Curiosidad
- Independencia



- Proactividad
- Capacidad planificadora
- Objetividad
- Liderazgo



- Empatía
- Negociación
- Ambición



- Creatividad
- Perfeccionismo
- Tesón



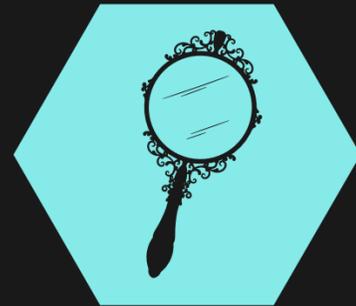
- Rigor
- Orden





CONVINZE

Conocerse, reflexionar, decir, actuar:

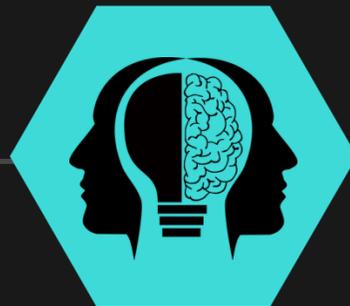


AUTOCONOCIMIENTO

- Test de habilidades
- Reflexión
- Memoria, resultados pasados...
- Pregunta a los que te conocen

DECISIONES

- Mi Rol ideal
- Roles no asumibles
- Riesgos asumibles



ACCIONES

- Plan de formación
- Compra de capacidades
- Coaching





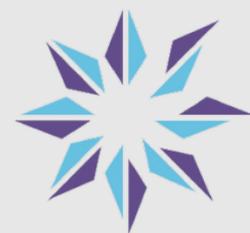
CONVINZE





ESTRATEGIA

Decide cómo jugarás el partido.



CONVINZE

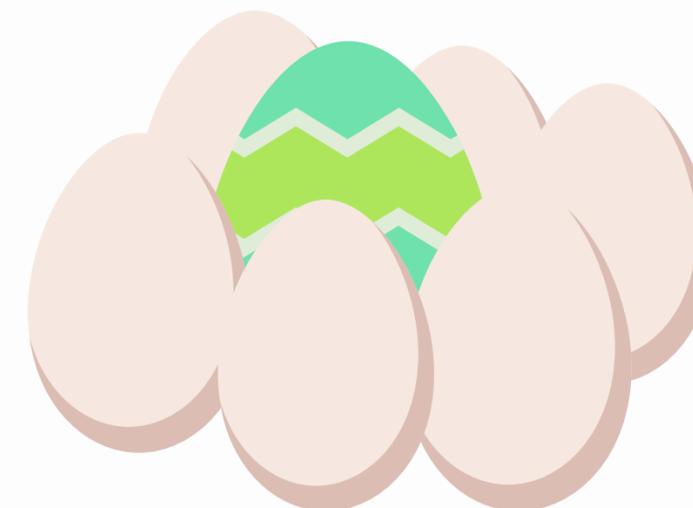
ESTRATEGIA COMPETITIVA

Decisión consciente de cómo nos vamos a posicionar en el mercado, cómo vamos a diferenciarnos de la competencia y cómo vamos a aportar valor a nuestros clientes.

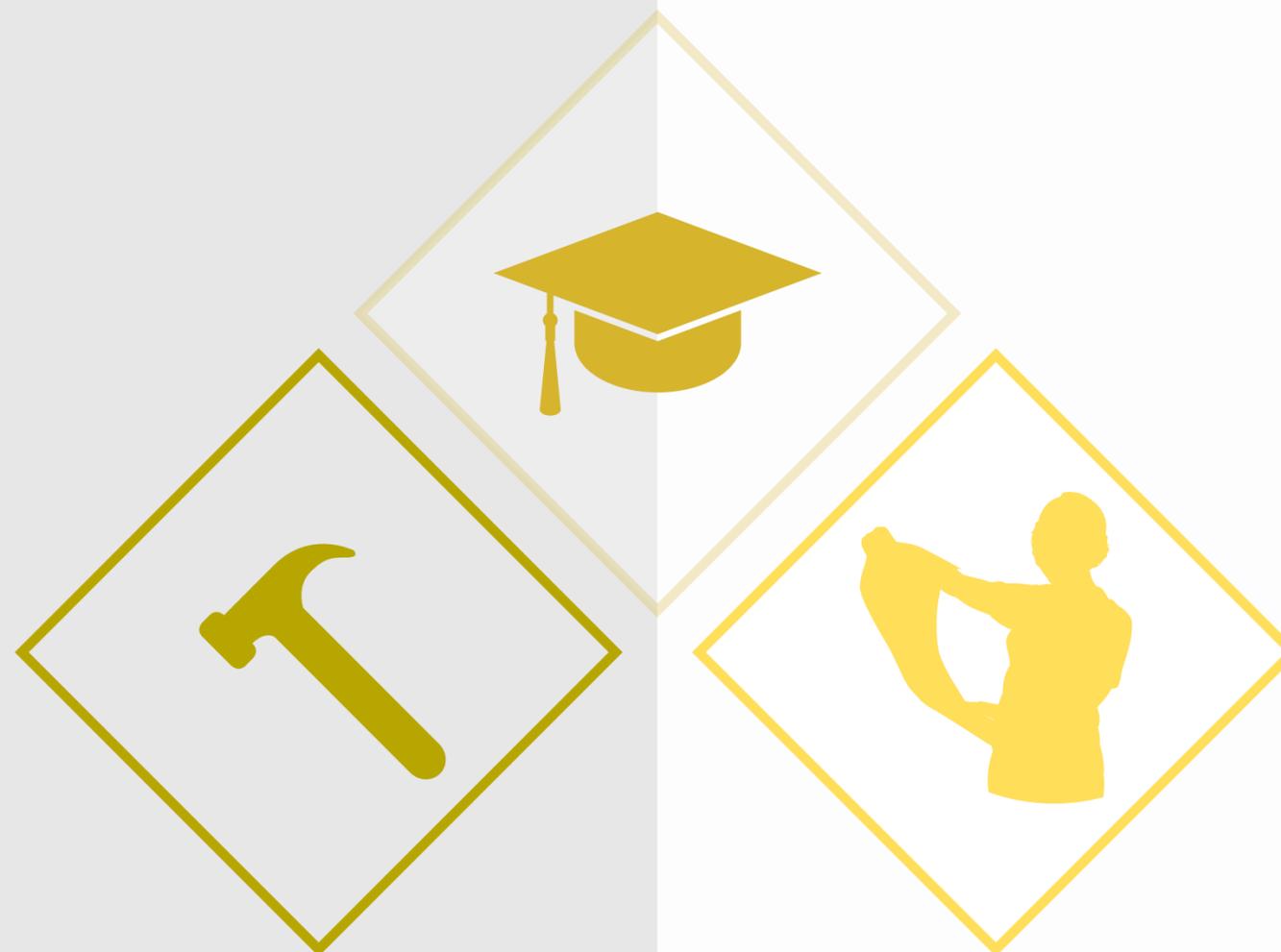


CONVINZE

CONOCE TU MERCADO

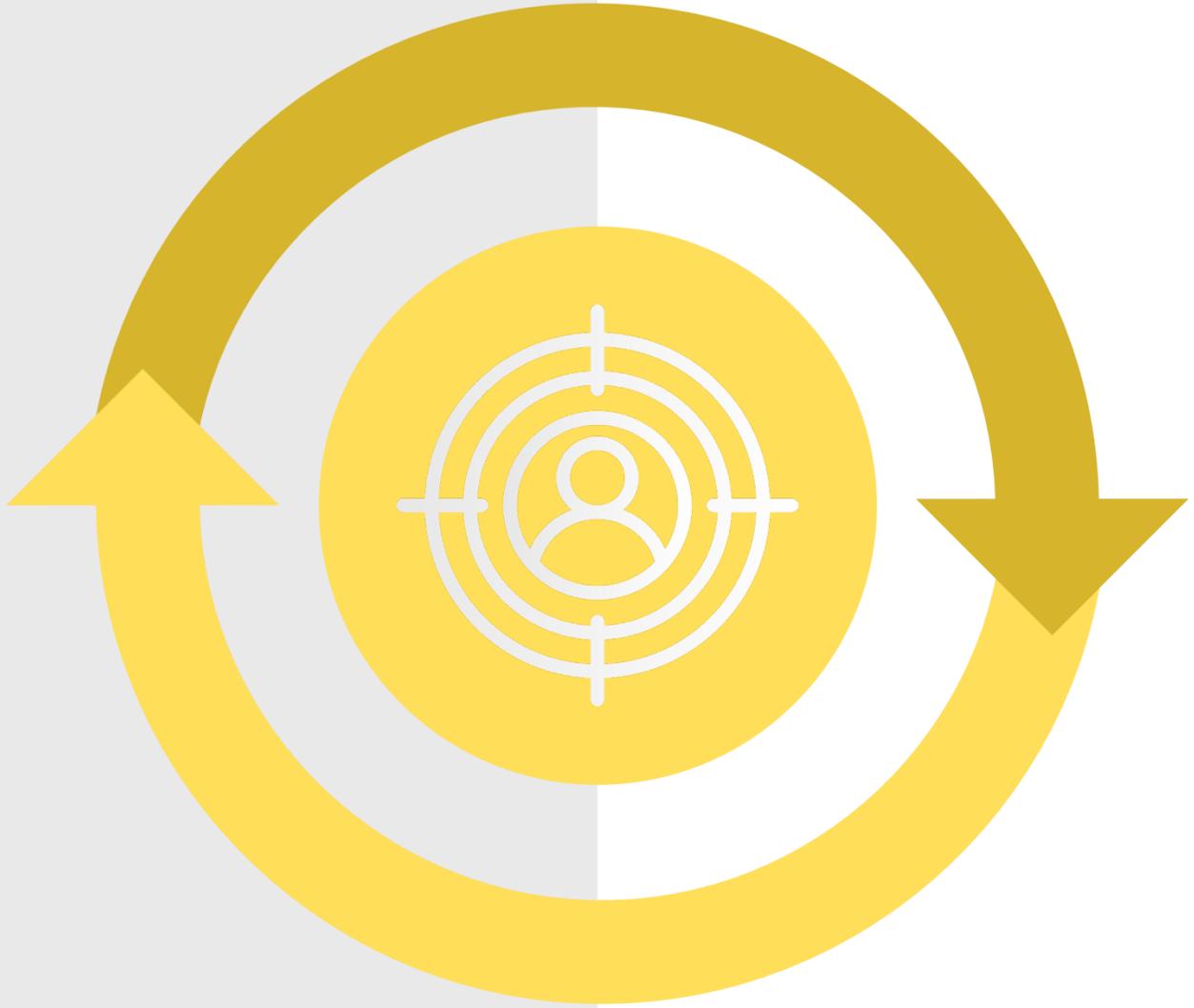


HERRAMIENTAS DE
ANÁLISIS DE
POSICIONAMIENTO



PLAN ESTRATÉGICO:
EL RUMBO Y EL
RITMO

CONOCE TU MERCADO



CONVINZE

CONOCE TU MERCADO



CONVINZE

LA DEMANDA

Conocer el volumen de mercado, las características del mercado, el marco jurídico, las tendencias, oportunidades online...

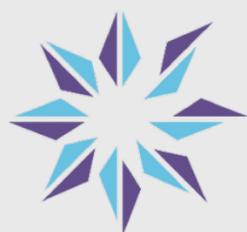
CONOCE TU MERCADO



OBJETIVOS

LA OFERTA

Detectar competidores directos: conocer sus resultados, sus productos, sus precios, su forma de competir, su estructura de costes...



CONVINZE

CONOCE TU MERCADO



CONVINZE

CONOCE TU MERCADO

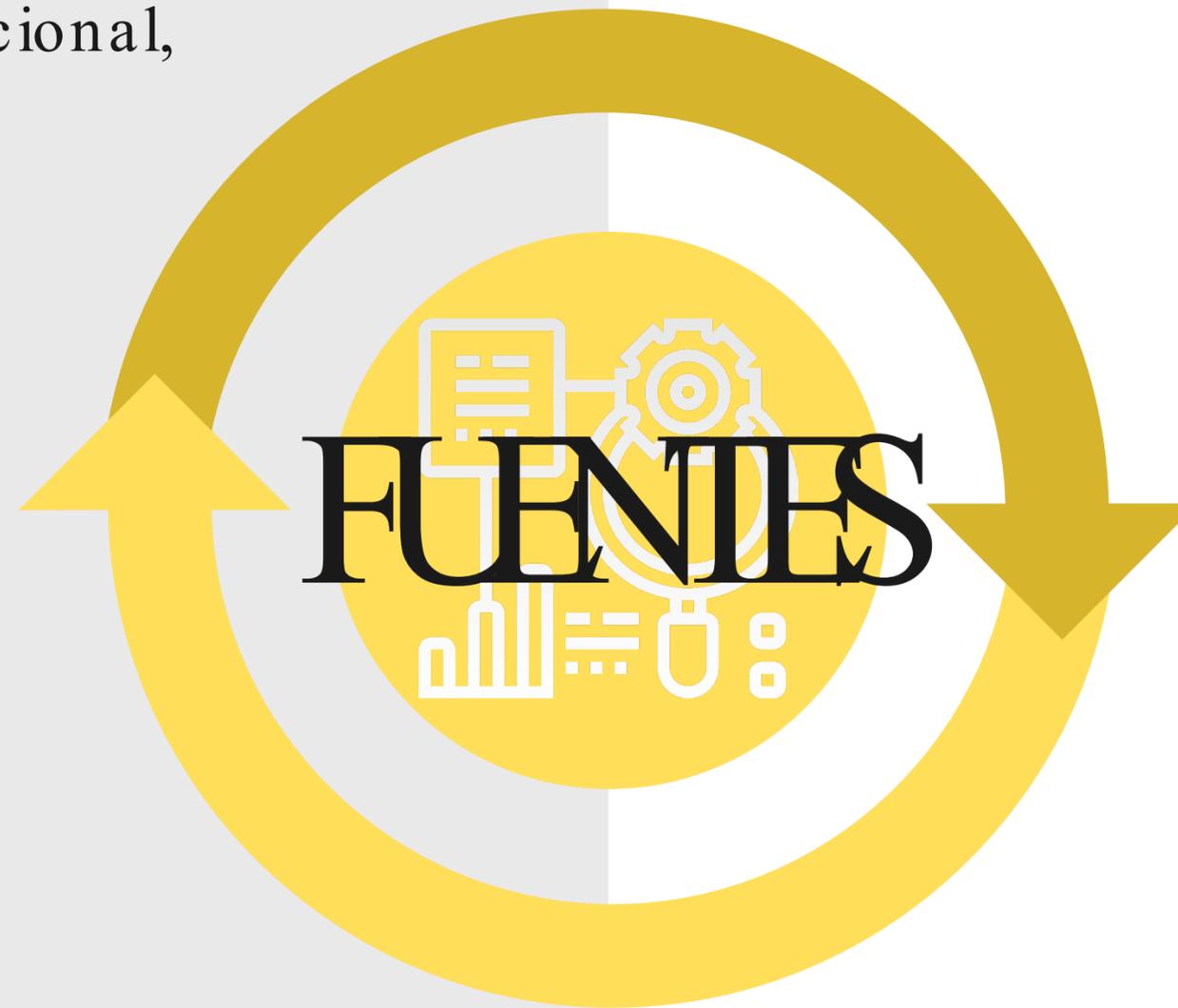


CONVINZE

LA DEMANDA

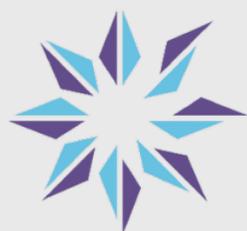
Asociaciones y publicaciones sectoriales,
institutos de estadística (nacional,
regional o local)
Camerdata, GOOGLE

CONOCE TU MERCADO



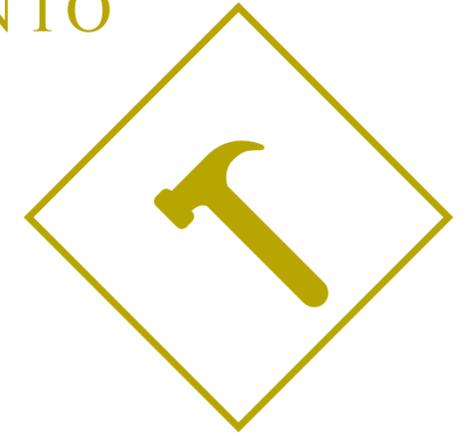
LA OFERTA

WEBS de los competidores,
registro mercantil, einforma,
axesor, semrush, seranking, RRSS
y en mercados locales: ESPIAR



CONVINZE

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO



MODELO CANVAS

MC

DC

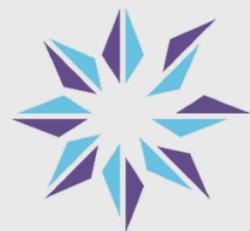
DAFO Y CAME

ÁRBOL DE DECISIONES

AD

CD

CUSTOMER DEVELOPMENT



CONVINZE

MODELO CANVAS



ORDENAR LAS ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS

De un solo vistazo tendremos en una sola pantalla los socios clave, actividades clave, propuesta de valor, relación con los clientes, canales, segmentos de mercado, estructura de costes, e ingresos.

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO



CONVINZE

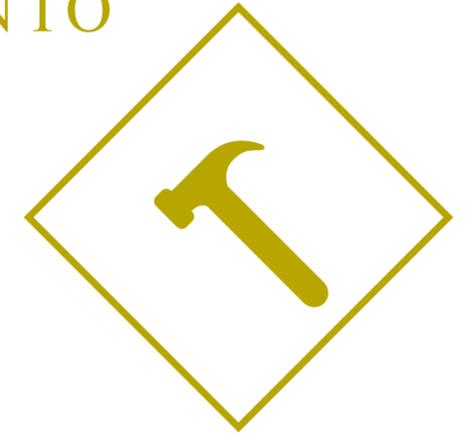
MODELO CANVAS



ORDENAR LAS ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS

De un solo vistazo tendremos en una sola pantalla los socios clave, actividades clave, propuesta de valor, relación con los clientes, canales, segmentos de mercado, estructura de costes, e ingresos.

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO

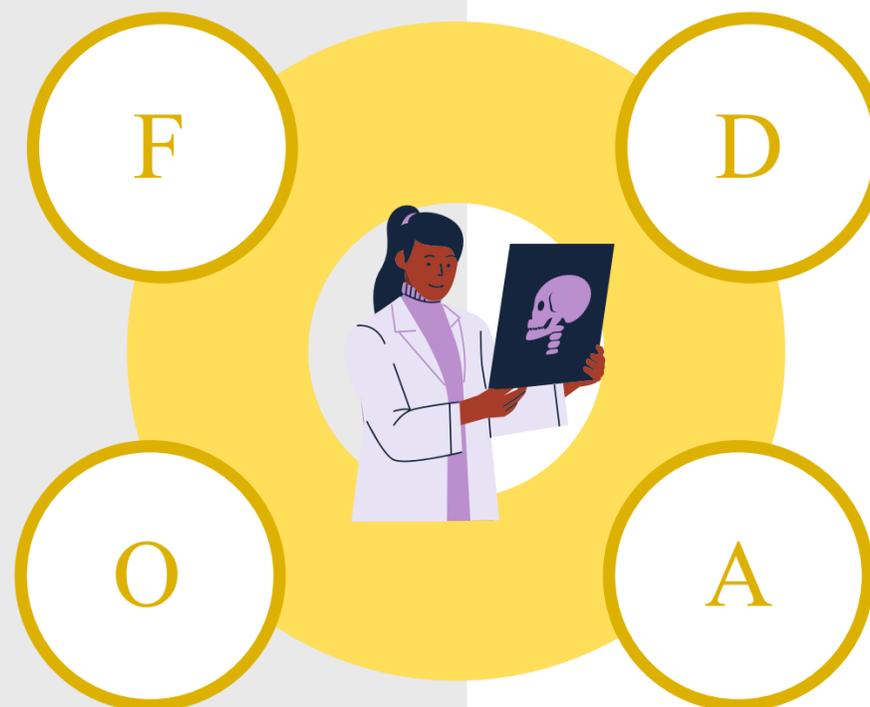


CONVINZE

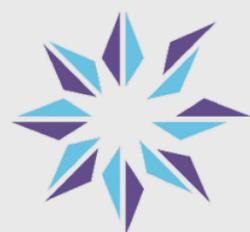
DAFO Y CAME

DAFO es un análisis de diagnóstico, que puede verse complementado por el tratamiento de aprovechamiento CAME.

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO



DAFO
Y CAME

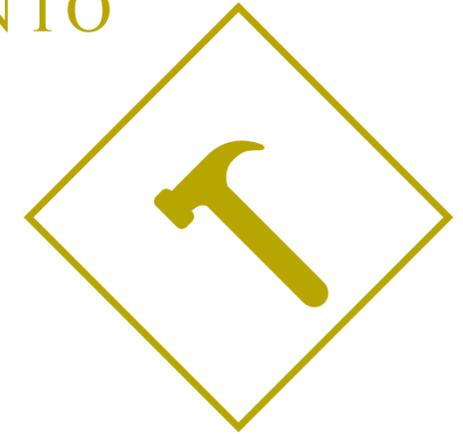


CONVINZE

DAFO Y CAME

DAFO es un análisis de diagnóstico, que puede verse complementado por el tratamiento de aprovechamiento CAME.

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO

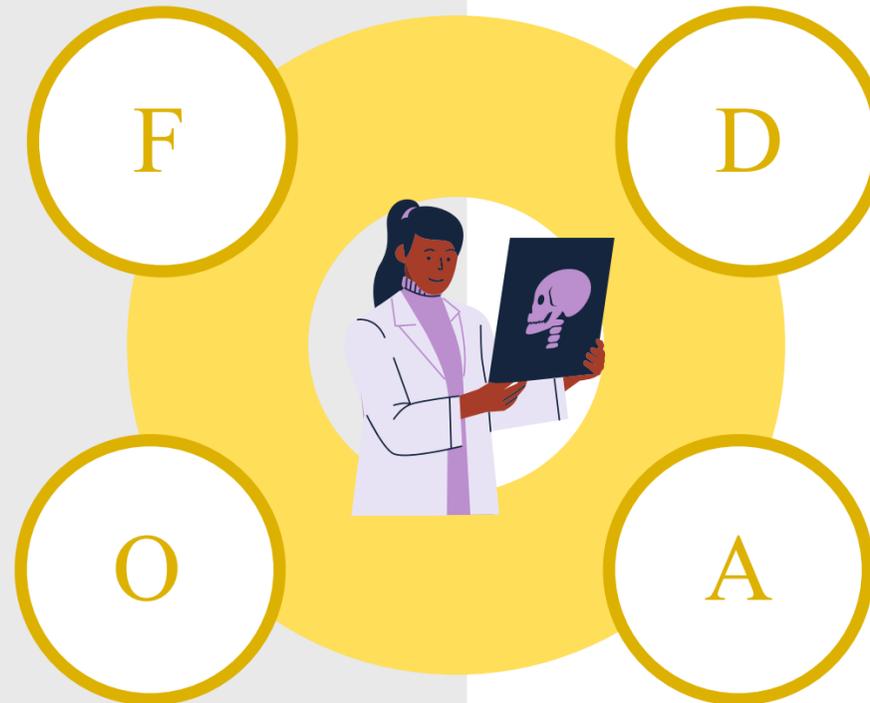


FORTALEZAS

Asociación empresaria efectiva
Edificio: realidad física y teórica

OPORTUNIDADES

Tendencia social a lo sostenible.
Falta de formación técnica en construcción sostenible.
Sector en shock con buenas pptvas.



DEBILIDADES

Negocio intensivo en capital (deuda). Marca, marketing. Negocio multilínea.

AMENZAS

Titulitis del mercado.
Formación: sector muy estructurado e intervenido.
Construcción: sector muy intervenido.

DC

DAFO
Y CAME



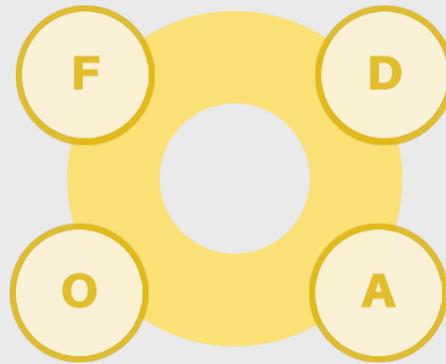
CONVINZE

FORTALEZAS

Asociación empresaria efectiva
Edificio: realidad física y teórica

OPORTUNIDADES

Tendencia social a lo sostenible.
Falta de formación técnica en
construcción sostenible.
Sector en shock con buenas
pptvas.



DEBILIDADES

Negocio intensivo en
capital (deuda). Marca,
marketing. Negocio
multilínea.

AMENAZAS

Titulitis del mercado.
Formación: sector muy
estructurado e intervenido.
Construcción: sector muy
intervenido.

ESTRATEGIAS: EXPLOTAR

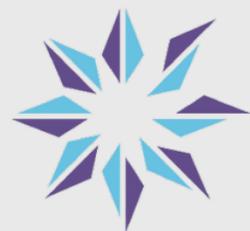
Explotar las oportunidades
mediante las fortalezas

F+O

ESTRATEGIAS: MANTENER

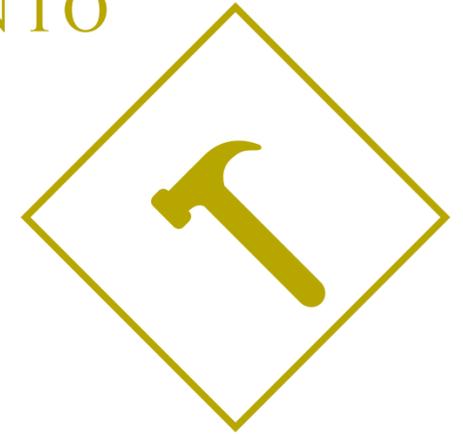
Mantener las fortalezas frente a
las amenazas

F+A



CONVINZE

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO

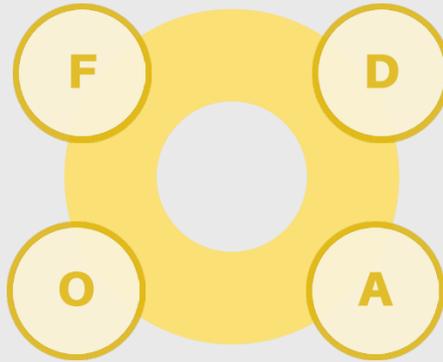


DC

DAFO
Y CAME

FORTALEZAS

Asociación empresaria efectiva
Edificio: realidad física y teórica



DEBILIDADES

Negocio intensivo en capital (deuda). Marca, marketing. Negocio multilínea.

OPORTUNIDADES

Tendencia social a lo sostenible.
Falta de formación técnica en construcción sostenible.
Sector en shock con buenas pptvas.

AMENAZAS

Titulitis del mercado.
Formación: sector muy estructurado e intervenido.
Construcción: sector muy intervenido.

ESTRATEGIAS: EXPLOTAR

Exploitar las oportunidades mediante las fortalezas

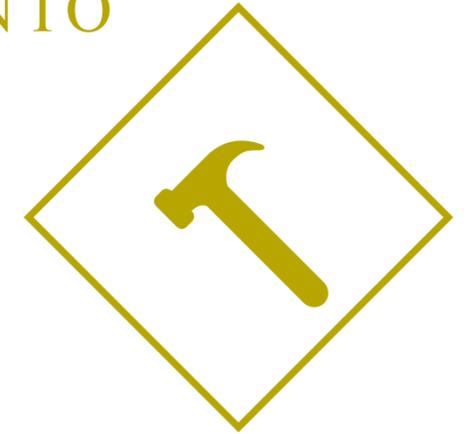
F+O

ESTRATEGIAS: MANTENER

Mantener las fortalezas frente a las amenazas

F+A

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO



ESTRATEGIAS: CORREGIR

Corregir las debilidades para aprovechar las oportunidades

D+O

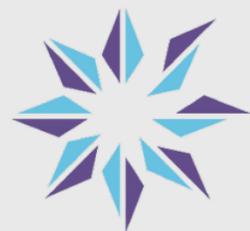
ESTRATEGIAS: AFRONTAR

Afrontar las amenazas para fortalecer las debilidades.

D+A

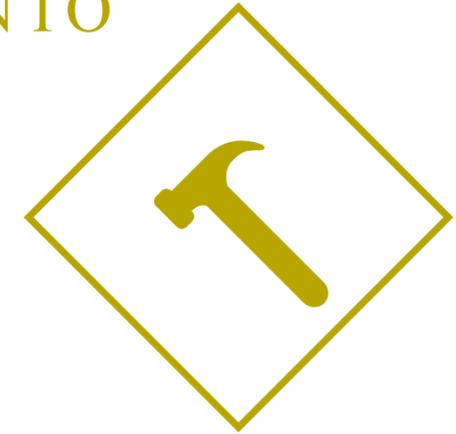
DC

DAFO
Y CAME



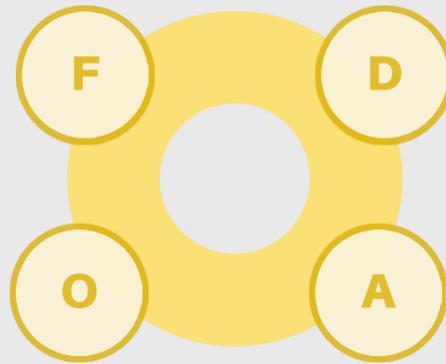
CONVINZE

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO



FORTALEZAS

Asociación empresaria efectiva
Edificio: realidad física y teórica



DEBILIDADES

Negocio intensivo en capital (deuda). Marca, marketing. Negocio multilinea.

AMENAZAS

Titulitis del mercado.
Formación: sector muy estructurado e intervenido.
Construcción: sector muy intervenido.

OPORTUNIDADES

Tendencia social a lo sostenible.
Falta de formación técnica en construcción sostenible.
Sector en shock con buenas pptvas.

ESTRATEGIAS: EXPLOTAR

Exploitar las oportunidades mediante las fortalezas

F+O

ESTRATEGIAS: MANTENER

Mantener las fortalezas frente a las amenazas

F+A

D+O

ESTRATEGIAS: CORREGIR

Corregir las debilidades para aprovechar las oportunidades

ESTRATEGIAS: AFRONTAR

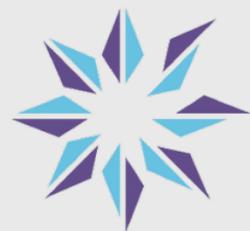
Afrontar las amenazas para fortalecer las debilidades.

D+A



DC

DAFO
Y CAME

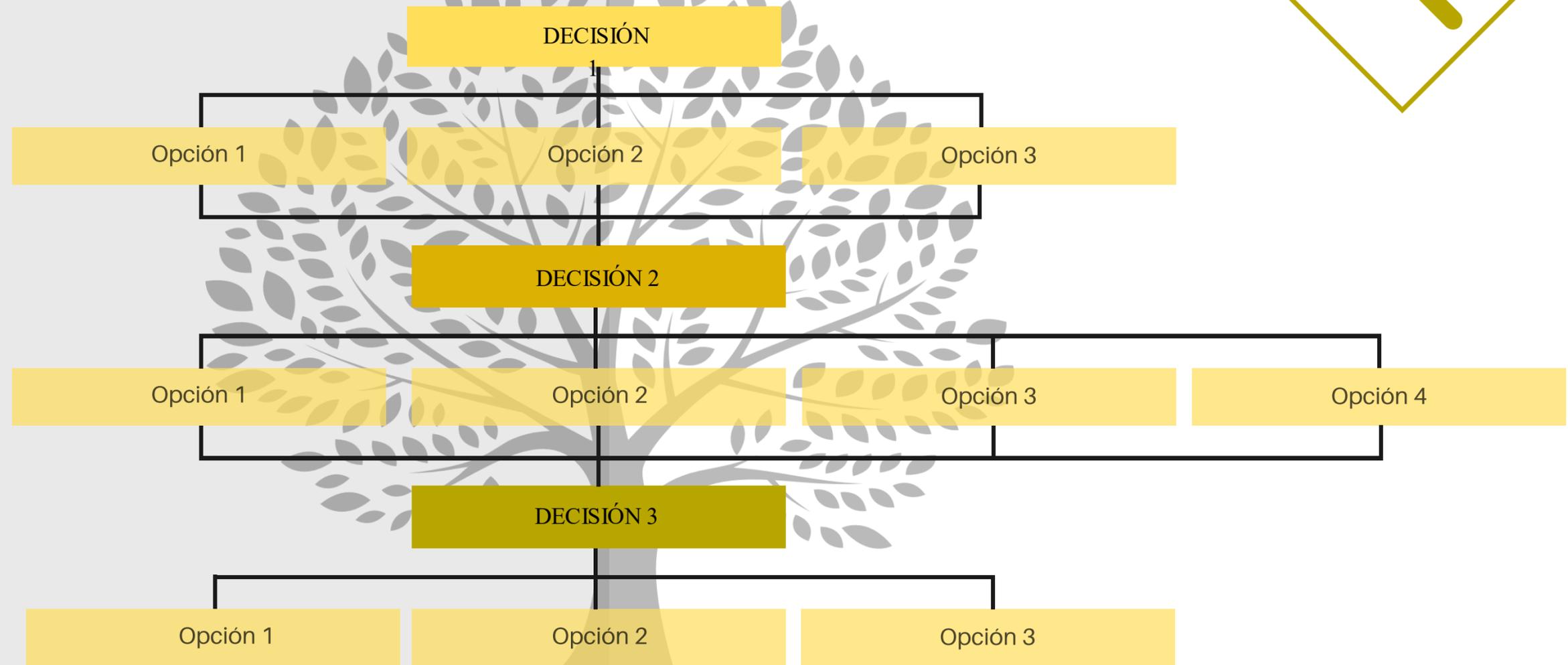
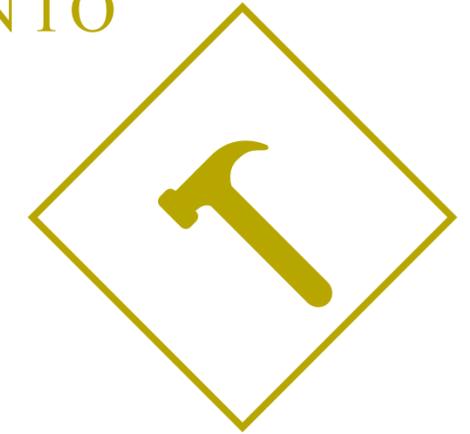


CONVINZE

ÁRBOL DE DECISIONES

Lista de alternativas ponderadas para decidir

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO



ÁRBOL DE DECISIONES

AD

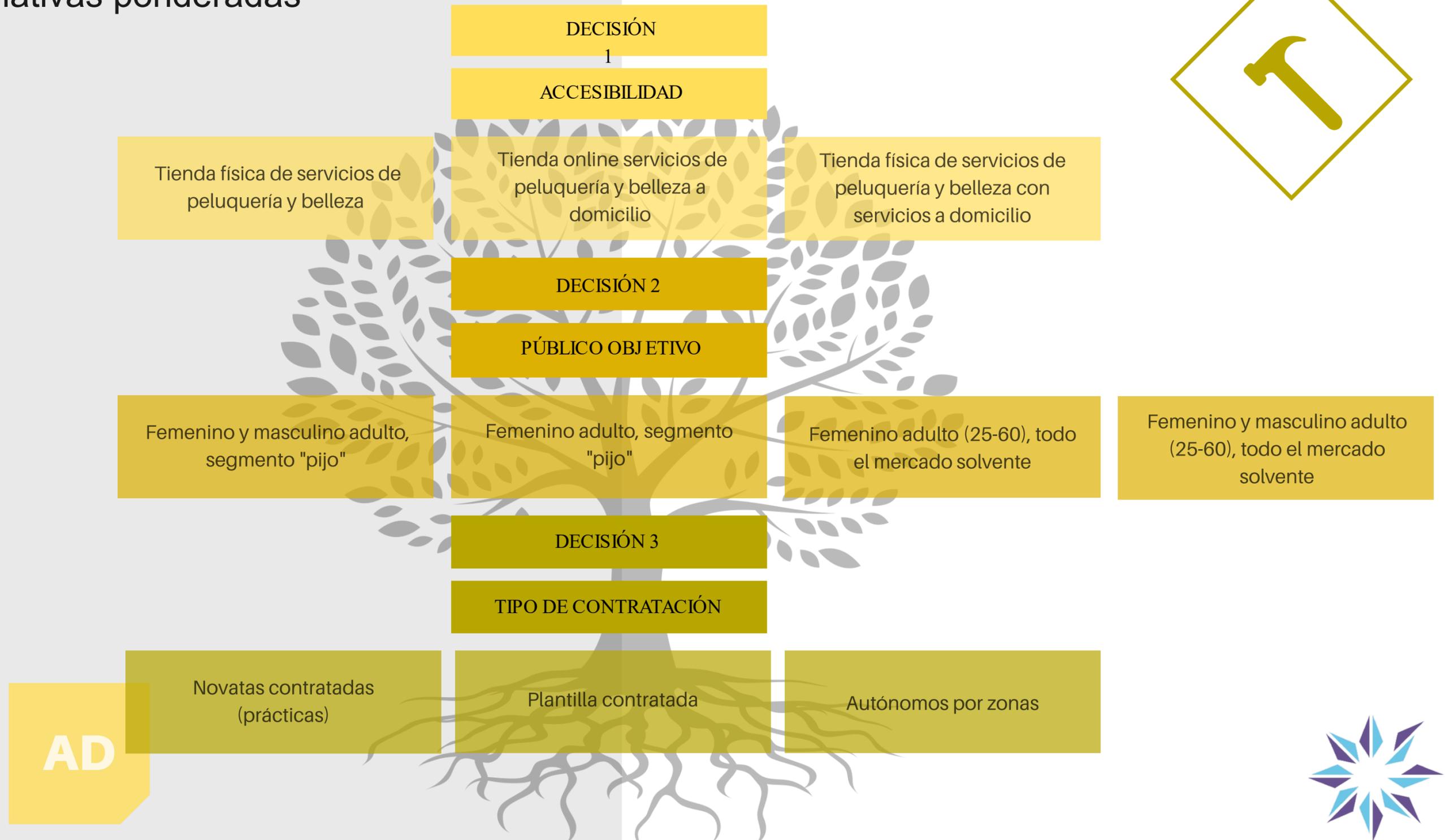
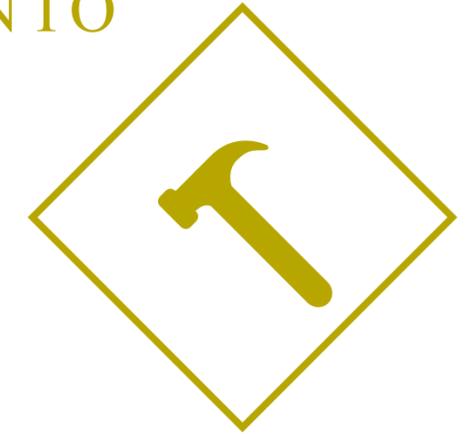


CONVINZE

ÁRBOL DE DECISIONES

Lista de alternativas ponderadas para decidir

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO



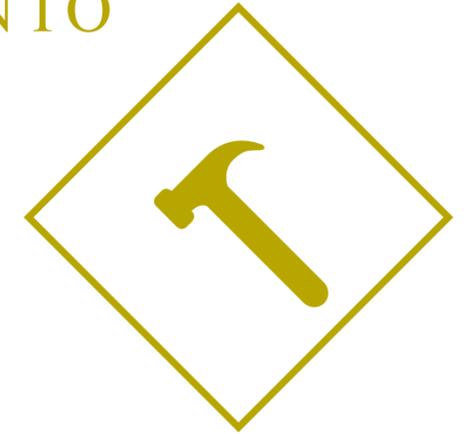
ÁRBOL DE DECISIONES

AD

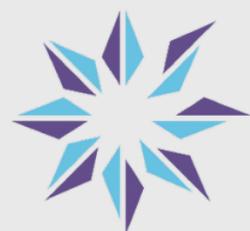


CONVINZE

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO



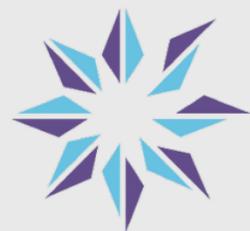
CUSTOMER DEVELOPMENT



CONVINZE

PLAN ESTRATÉGICO:

- Definición concreta del posicionamiento estratégico.
- Objetivos: aspiración, ambición, endeudamiento, riesgo...
- Misión, valores y visión...



CONVINZE

PLAN ESTRATÉGICO: EL
RUMBO Y EL RITMO





CONVINZE





DIRECCIÓN

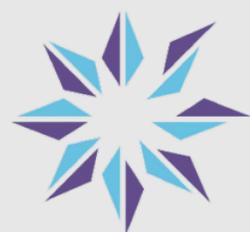
Ejecución, priorización, planificación,
dirección de personas...



CONVINZE

CÓMO PASAR DEL
DICHO... AL HECHO:

- Liderazgo
- Objetivos
- Planificación
- Seguimiento



CONVINZE

LIDERAZGO

El arte de la persuasión hacia otros con el
fin de motivarlos a lograr un objetivo
común.

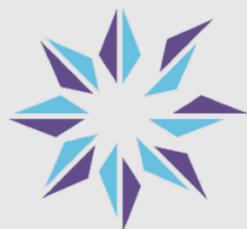
D.Goleman

Liderazgo



5 CLAVES

- Tener consciencia de las propias emociones.
- Tener autoconfianza.
- Valorar adecuadamente las emociones de los demás
 - Comunicación asertiva
 - Valorar las diferentes capacidades del equipo de trabajo



CONVINZE



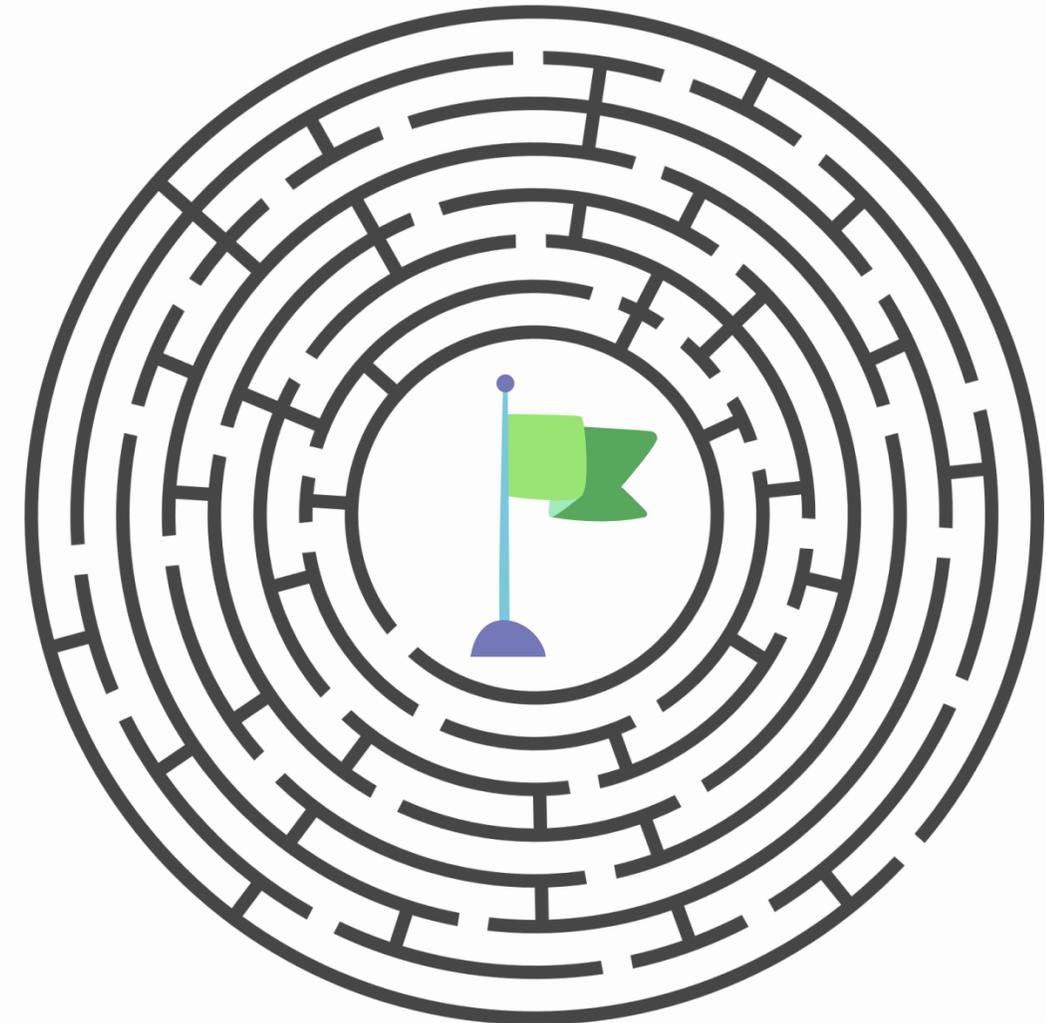
6 TIPOS

- Autoritario: disciplina y sanciones
- Democrático: intento constante de consenso.
 - Afiliativo: afinidad, paternalismo.
- Visionario y orientativo: meta emocionante.
- Timonel: marca el rumbo
 - Coach: mejorar las capacidades del equipo.

Objetivos



- Claros
- Realizables
- Orientados a la estrategia.
- No más de 5 y de ellos 2 no cuantitativos.
- Cuidar la comunicación antes y después de su aprobación.
- Si se plantean incentivos siempre entorno al cumplimiento de los objetivos.

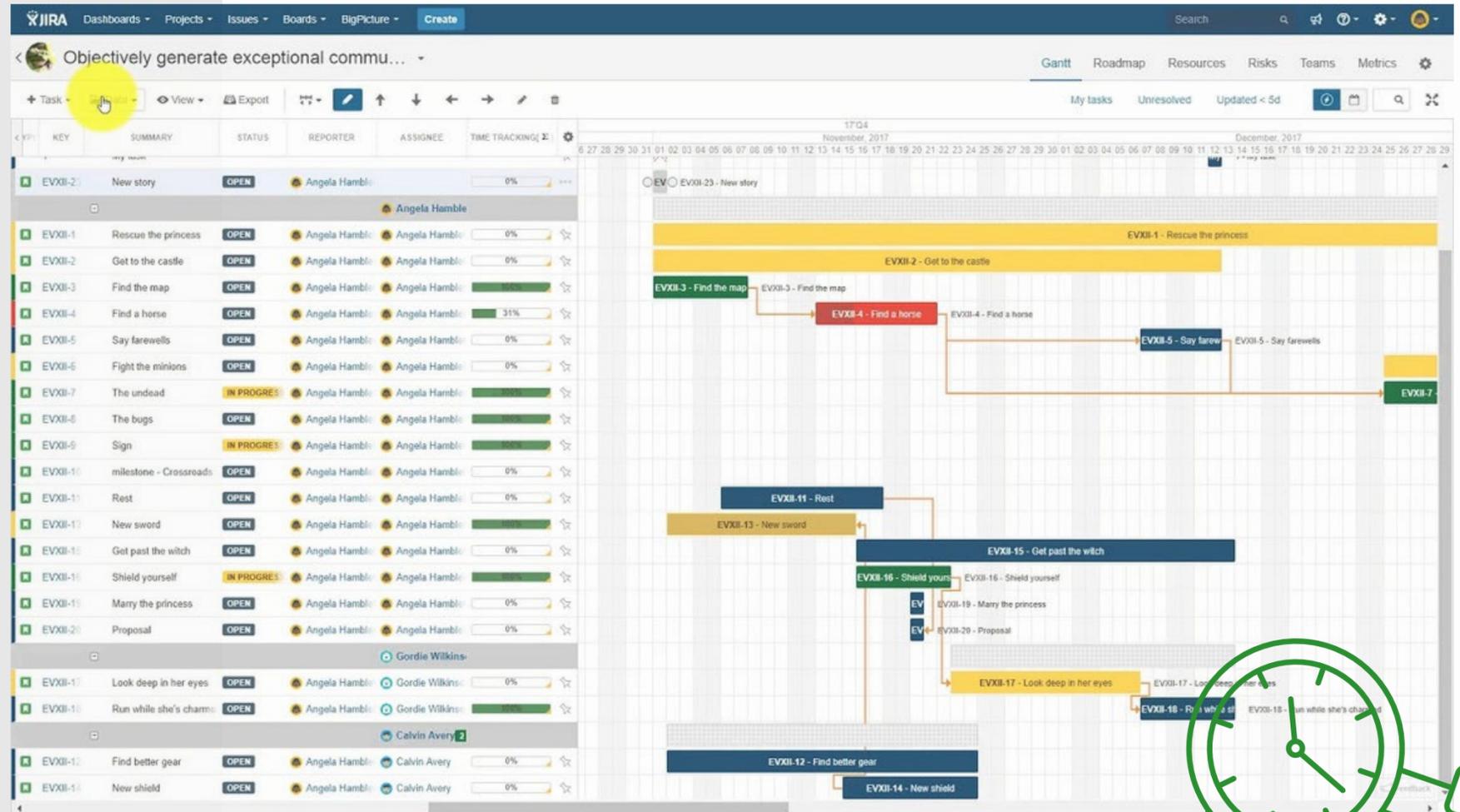


CONVINZE

Planificación



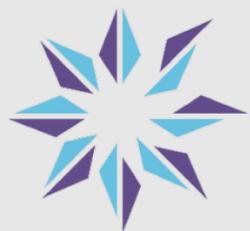
Plan de acción con las tareas y recursos necesarios para cumplir los objetivos, sus respectivos propietarios, temporalización de su desarrollo y vínculo entre las diferentes tareas.



Seguimiento



- Controles previstos en el tiempo.
- Comparativos previstos/reales
- Análisis causa de los desvíos
- Conclusiones
- Decisiones para reconducir desvíos
- Replanificación



CONVINZE



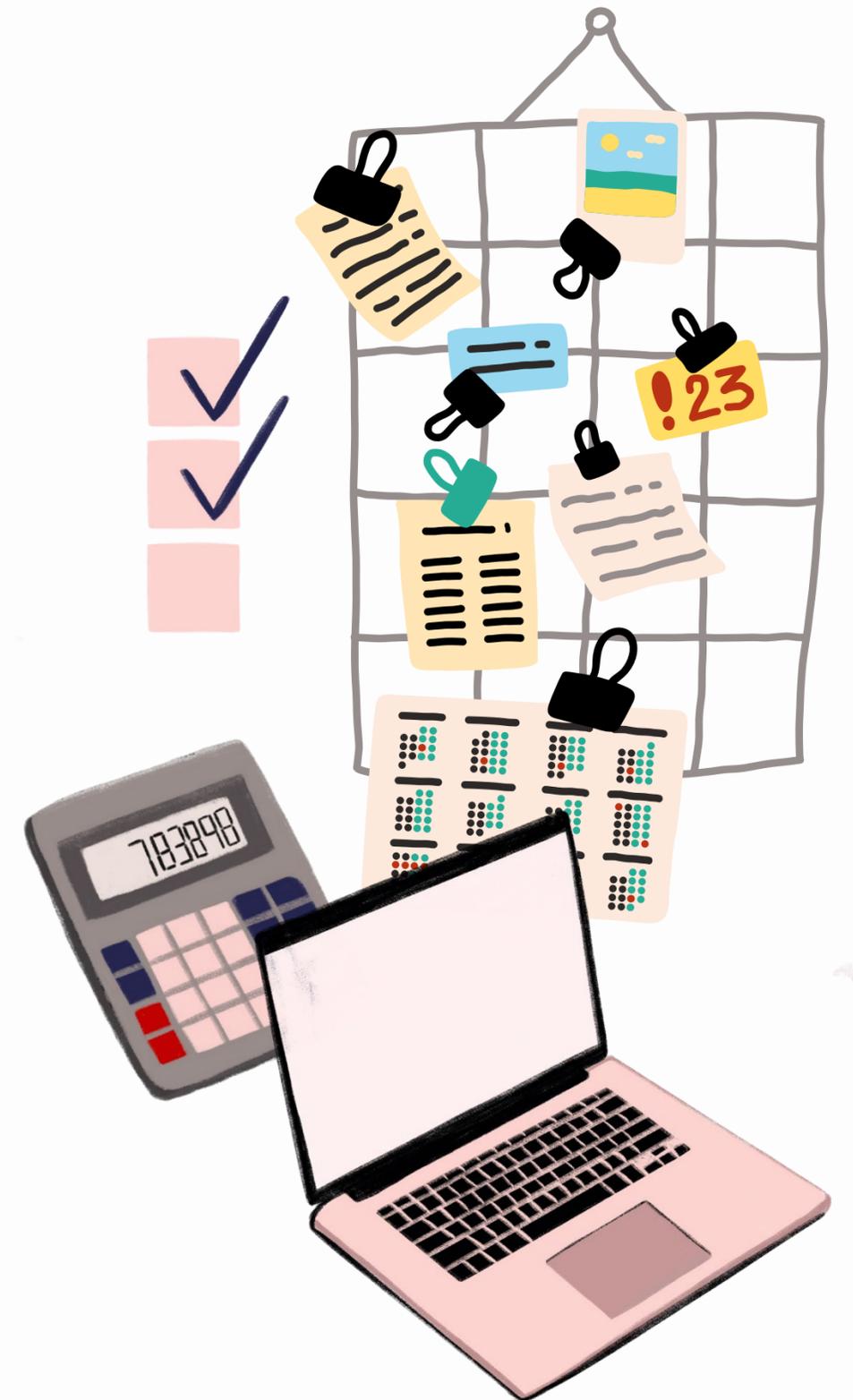
PERO... ¿Y EN MI MINIPYME?

- Liderazgo
- Objetivos
- Planificación
- Seguimiento

SOLO CON EXCEL, OUTLOOK, Y
CALENDAR, UN POCO DE DISCIPLINA
PUEDES DIRIGIR TU EMPRESA



CONVINZE





CONVINZE





COMERCIAL

Cómo te vas a comunicar el mercado y convencer a tus clientes.



CONVINZE

MARKETING

Cómo vas a comunicar con tu mercado potencial.

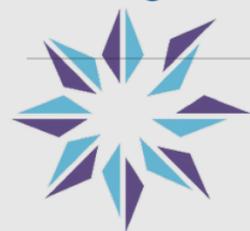
TÉCNICAS DE VENTA

Cómo convenzo a mi cliente de que me compre.

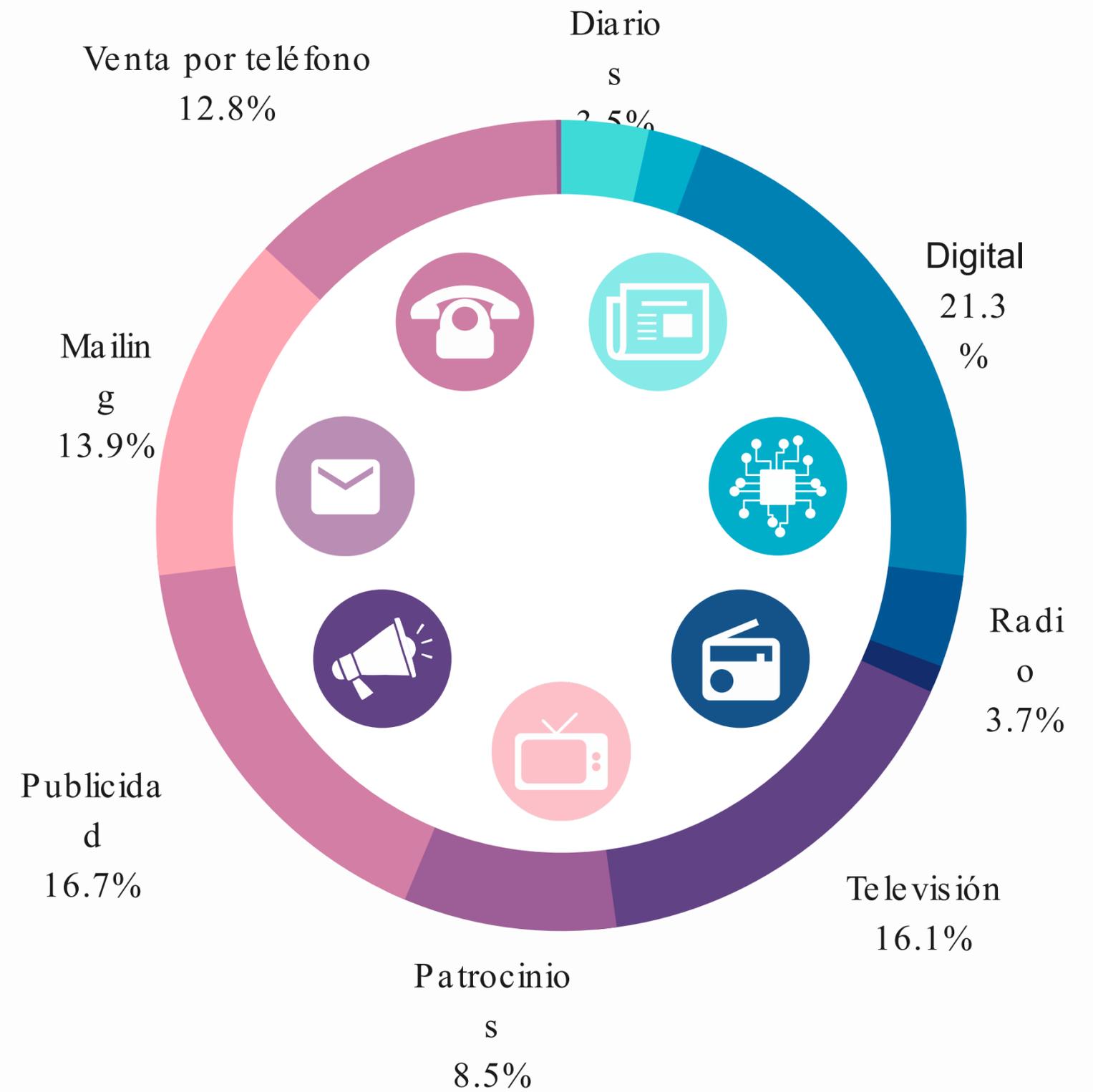
MARKETING

Mercado Publicitario 2020

- Digital
- Televisión
- Publicidad
- Mailing
- Venta por teléfono
- Patrocinio
- Radio

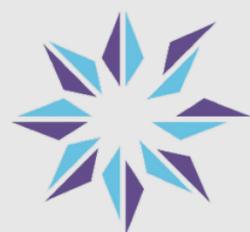
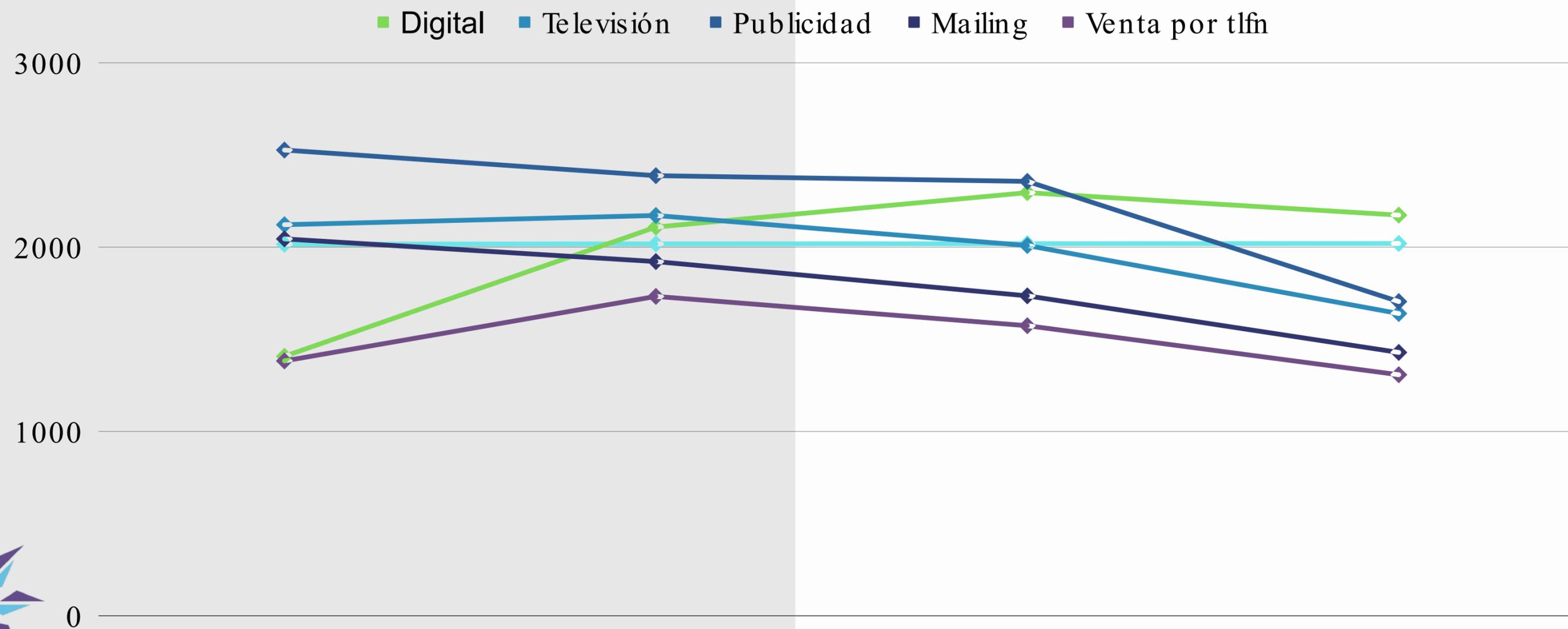


CONVINZE



MARKETING

Mercado Publicitario 2020



MARKETING

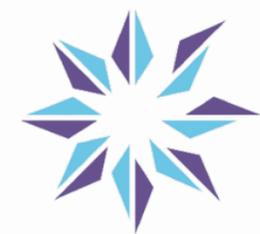
¿¿Qué canales y qué mensajes son los idóneos para comunicar a nuestro mercado potencial nuestro posicionamiento y nuestros diferenciales competitivos?? ¿¿Cuál es la inversión ideal para mi plan de marketing??

El marketing es una inversión tan necesaria como la tecnología o la oficina y por tanto la inversión debe ser la necesaria y debe ser coherente con las necesidades.

No todos tenemos que hacer lo mismo, y no tenemos obligación de hacer lo que hacen todos.



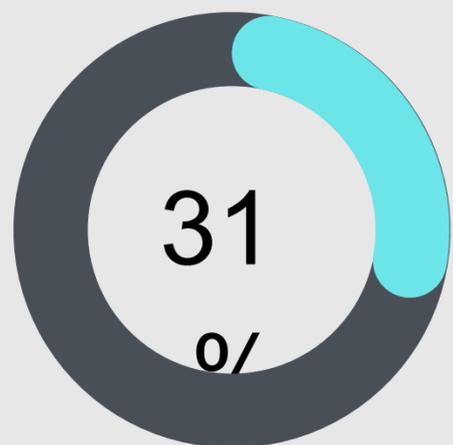
CONVINZE



CONVINZE

MARKETING

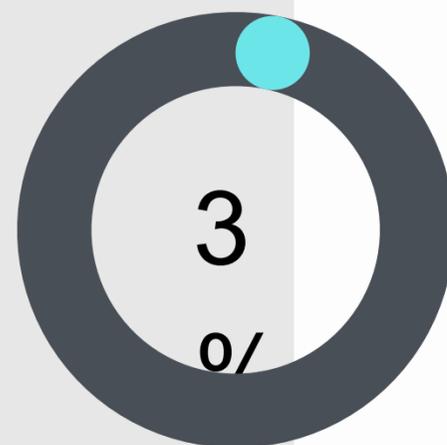
INVERSIÓN EN MARKETING SOBRE FACTURACIÓN ANUAL



L'Oreal
España



Teórico Sectores



Teórico PYMES



Sectores más competitivos



Real
España



Convinze

ALGUNOS DATOS DE INTERÉS:

El 98% de las empresas en España
factura menos de 2M.

La inversión per cápita en marketing en
España supone el 48% de la de EEUU.



CONVINZE

MARKETING DIGITAL

- Costes asequibles
 - Mayor capacidad de control
 - Gran flexibilidad y dinamismo
 - Segmentación personalizada
 - Medición exacta
-
- SEO: Palabras clave, contenidos de interés para el posicionamiento en buscadores.
 - SEM: anuncios publicitarios en buscadores.
Clave: las palabras clave.
 - RRSS: cuáles, porqué y para qué.





CONVINZE

TÉCNICAS DE VENTAS

LAS FASES DEL PROCESO DE VENTAS

El proceso de las ventas tiene varias etapas. No siempre son las mismas, pero hay que entender bien el proceso para que el cliente maduro durante el mismo y el proceso termine en compra.



TÉCNICAS DE VENTAS

LOS RASGOS DE UN BUEN COMERCIAL

Y ADEMÁS:

- Empatía:** conocimiento del cliente
- Compromiso:** peleará por que la empresa cumpla con el cliente.
- **Negociador nato:** nadei negocia más y mejor con sus jefes que los buenos comerciales.



CONVINZE



TÉCNICAS DE VENTAS



CONVINZE

1

Método AIDA: el vendedor genera estímulos en el cliente potencial para despertar el deseo y promover la compra.

2

Método SNAP: los prospectos desean que el vendedor les comunique de forma simple cómo satisfacer una necesidad.

3

Vendedor retador: el asesor de ventas presenta su producto o servicio como una solución innovadora. Ideal para clientes corporativos.

4

Venta de soluciones: consiste en determinar qué problema tiene el cliente para luego presentar una solución.

5

Método SPIN: despierta el interés del cliente visibilizando su situación, problema, implicación y su necesidad.

6

Sistema Sandler: te permite actuar como una fuente segura y confiable para el cliente.

Hay muchas más... es bueno conocerlas y ver cual se adapta más a tu producto y sector, y a tu forma de ser y de vender.



CONVINZE





PRODUCCIÓN

Cómo creas valor para tú cliente



CONVINZE

En el entorno actual ni debemos ni podemos dejar de aprender y mejorar para procurar mejorar el valor real que aportamos a nuestros clientes.



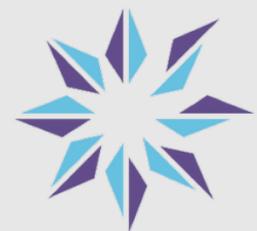
CONVINZE





CONTROL

Cómo gestionas la información para decidir, facturar, presupuestar...

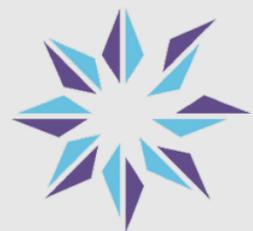
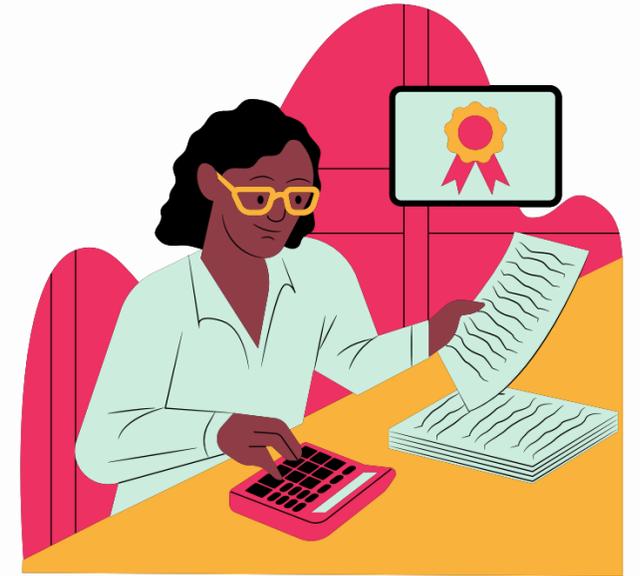


CONVINZE

- Contabilidad oficial
- Contabilidad analítica
- Cuadros de control
- Cuadro de mando

CONTROL

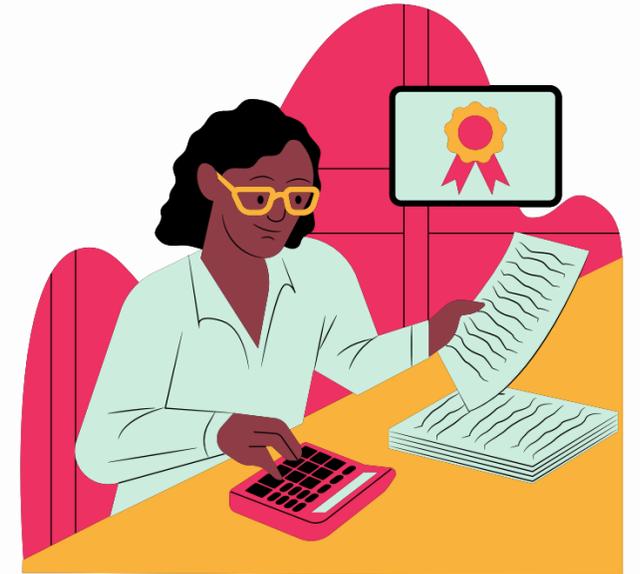
Cómo gestionas la información para decidir, facturar, presupuestar...



CONVINZE

CONTROL

Cómo gestionas la información para la Financiación decidir, facturar, presupuestar...



CONTABILIDAD OFICIAL

Balance de situación: es la foto de la situación patrimonial de una empresa en un momento determinado.
Cuenta de resultados: cuenta de la vieja en un periodo determinado.



CONTABILIDAD ANALÍTICA

Cuenta de tesorería: (cash flow), cobros y pagos futuros debidamente periodificados y ordenados por niveles de certeza.

CUADROS DE CONTROL

Estadísticas, controles, ratios, desvíos, tendencias, marketing y ventas...



CUADRO DE MANDO

Selección, control y análisis.



CONTABILIDAD OFICIAL

Balance de situación: es la foto de la situación patrimonial de una empresa en un momento determinado.



BALANCE DE SITUACIÓN:

A

ACTIVO

Lo que la empresa tiene en
ese momento.

Inmovilizado

Existencias

Circulante



CONVINZE

CONTABILIDAD OFICIAL

Balance de situación: es la foto de la situación patrimonial de una empresa en un momento determinado.



BALANCE DE SITUACIÓN:

A

ACTIVO

Lo que la empresa tiene en ese momento.

Inmovilizado
Existencias
Circulante

P

PASIVO

Lo que la empresa debe en ese momento.

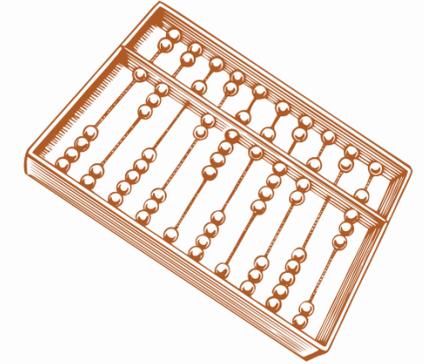
Patrimonio
Deudas L/P
Deudas C/P



CONVINZE

CONTABILIDAD OFICIAL

Cuenta de resultados: cuenta de la vieja en un periodo determinado.



CUENTA DE RESULTADOS:

Ventas

- Compras materias primas
- Gastos de personal
- Servicios exteriores
- Tributos
- Amortizaciones

Resultado de explotación

- Intereses
- Impuesto de sociedades

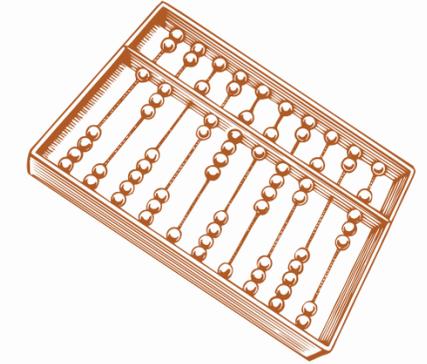
Resultado neto



CONVINZE

CONTABILIDAD OFICIAL

Cuenta de resultados: cuenta de la vieja en un periodo determinado.



CUENTA DE RESULTADOS:

Ventas

- Compras materias primas
- Gastos de personal
- Servicios exteriores
- Tributos
- Amortizaciones

Resultado de explotación

- Intereses
- Impuesto de sociedades

Resultado neto



CONVINZE

CASH FLOW:

Cobros:

- Leasing equipamiento
- Préstamo ICO
- Ventas

Total de ingresos

Gastos generales:

Total de gtos. gen.

Gastos de marketing:

Total de gtos. marketing.

Gastos de producción:

- Inversiones
- Intereses
- IVA
- Impuesto de sociedades
- Dividendos

Total de pagos

Tesorería

Tesorería acumulada

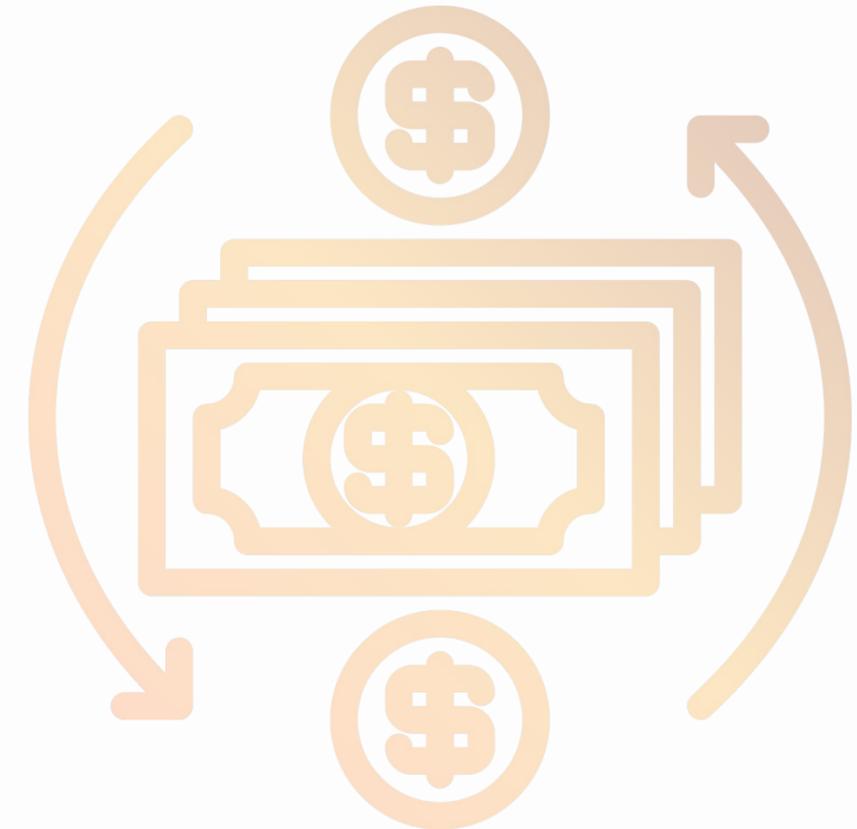


CONVINZE



CONTABILIDAD ANALÍTICA

Cuenta de tesorería: (cash flow), cobros y pagos futuros debidamente periodificados y ordenados por niveles de certeza.



CASH FLOW:

Cobros:

- Leasing equipamiento
- Préstamo ICO
- Ventas

Total de ingresos

Gastos generales:

Total de gtos. gen.

Gastos de marketing:

Total de gtos. marketing.

Gastos de producción:

- Inversiones
- Intereses
- IVA
- Impuesto de sociedades
- Dividendos

Total de pagos

Tesorería

Tesorería acumulada

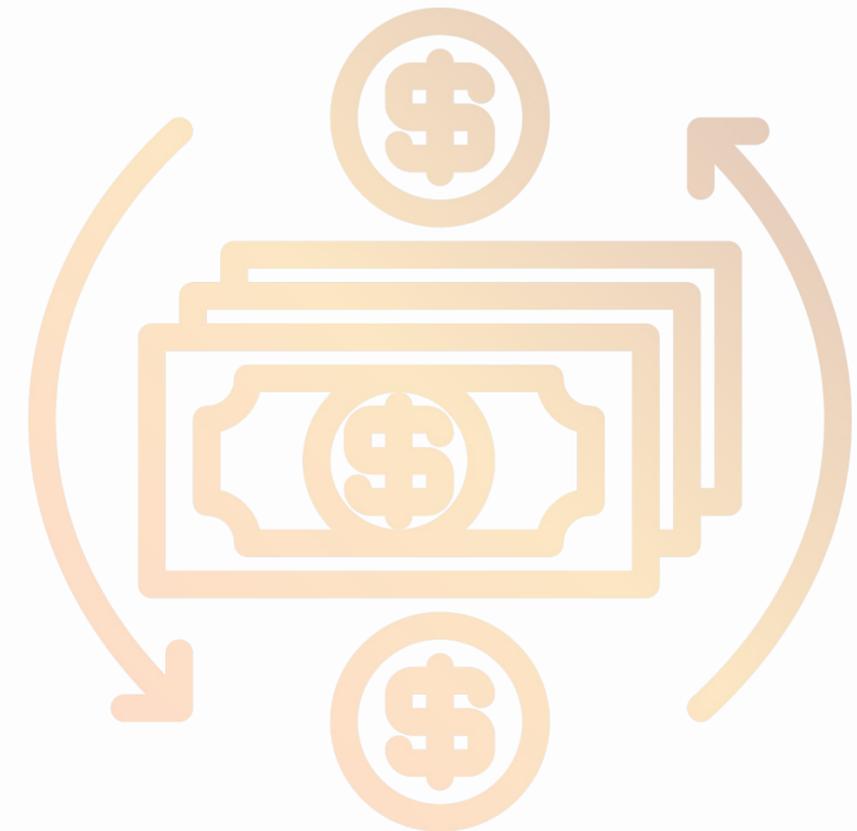


CONVINZE



CONTABILIDAD ANALÍTICA

Cuenta de tesorería: (cash flow), cobros y pagos futuros debidamente periodificados y ordenados por niveles de certeza.



CASH FLOW:

Cobros:
 - Leasing equipamiento
 - Préstamo ICO
 - Ventas

Total de ingresos

Gastos generales:
 Total de gtos. gen.

Gastos de marketing:
 Total de gtos. marketing.

Gastos de producción:
 - Inversiones
 - Intereses
 - IVA
 - Impuesto de sociedades
 - Dividendos

Total de pagos

Tesorería
 Tesorería acumulada



CONVINZE



CONTABILIDAD ANALÍTICA

Cuenta de tesorería: (cash flow), cobros y pagos futuros debidamente periodificados y ordenados por niveles de certeza.

COBROS	2021	2022	2023	2024	TOTAL
LEASING EQUIPAMIENTO	0	45.238	-8.252	-8.420	28.566
PRÉSTAMO ICO	0	146.722	-20.204	-20.709	105.808
VENTAS	0	407.783	480.000	557.196	1.444.980
TOTAL INGRESOS	60.000	577.150	413.246	494.190	1.544.586
GASTOS GENERALES	2021	2022	2023	2024	TOTAL
TOTAL GTOS GEN.	0	265.402	315.736	321.980	903.118
gastos de marketing	2021	2022	2023	2024	TOTAL
TOTAL GTOS MARKETING	0	5.600	2.400	2.400	10.400
gastos de producción	2021	2022	2023	2024	TOTAL
TOTAL GTOS DE PRODUCCIÓN	0	101.946	120.000	139.299	361.245
INVERSIONES	0	217.000	0	0	217.000
INTERESES		4.127	9.158	7.469	20.755
IVA	0	5.124	0	0	5.124
IMPUESTO SOCIEDADES		0	1.016	9.027	10.043
DIVIDENDOS		0	0	0	0
TOTAL PAGOS	0	580.697	429.993	465.237	1.475.927
TESORERÍA	60.000	-3.547	-16.748	28.953	68.659
TESORERÍA ACUMULADA	60.000	56.453	39.706	68.659	



Financiación

Financiar una empresa es dotarla de dinero y de crédito, es decir, conseguir recursos y medios de pago para destinarlos a la adquisición de bienes y servicios, necesarios para el desarrollo de las funciones de la empresa. ”





Si me paso

Tendré que demostrar que el proyecto vale más, y repartir más acciones.

Gestión del exceso de liquidez y la poca tensión para conseguir los objetivos

Si no llego

Nuevas rondas de financiación, más explicaciones y menos concentración en el negocio

Gestión de la falta de liquidez, dificultades de producción y pérdida de fe en el proyecto

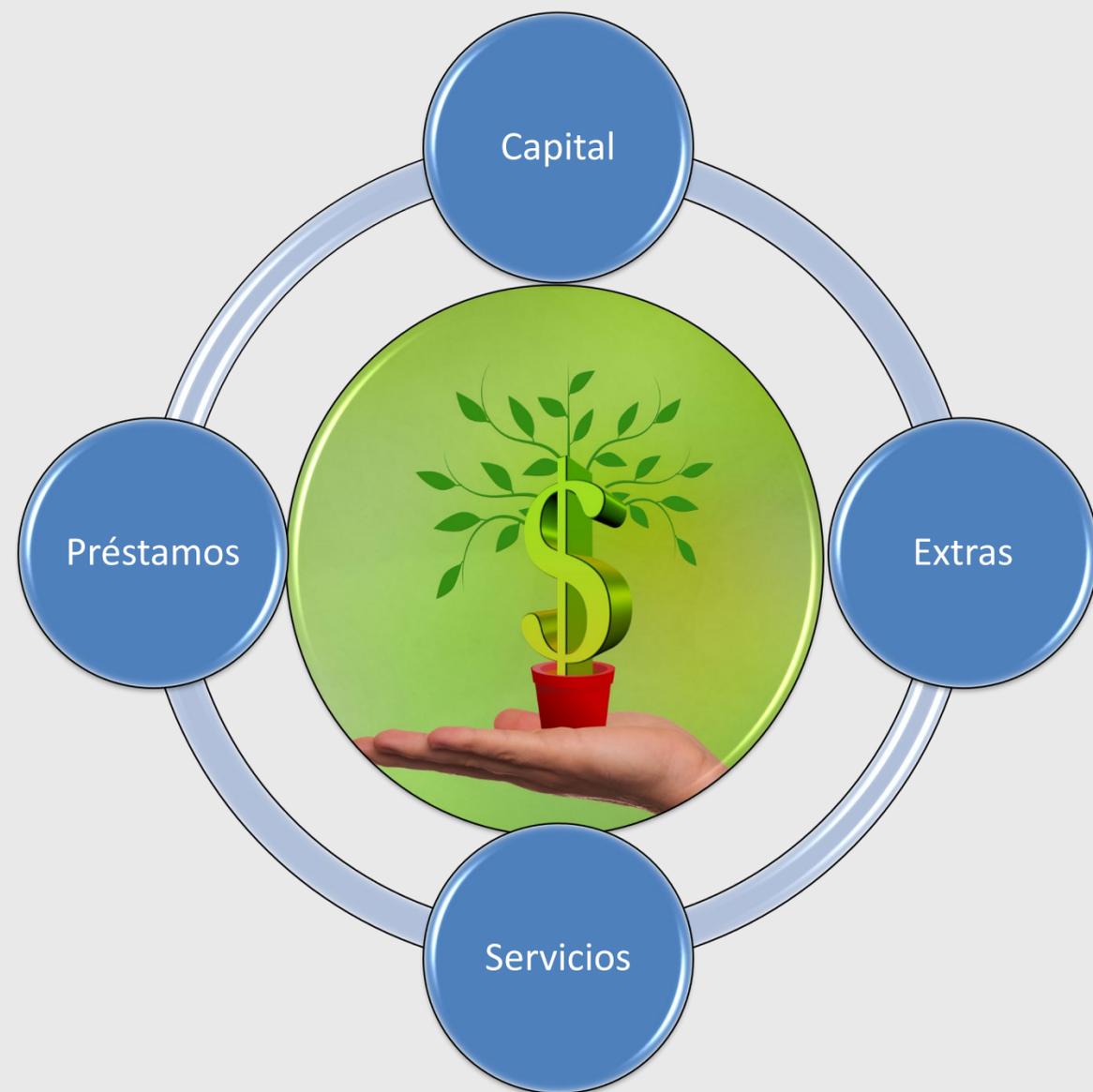


FINANCIACIÓN

¿¿Cuánto dinero necesito??



CONVINZE



CONVINZE



FUENTES DE FINANCIACIÓN

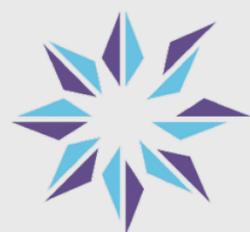
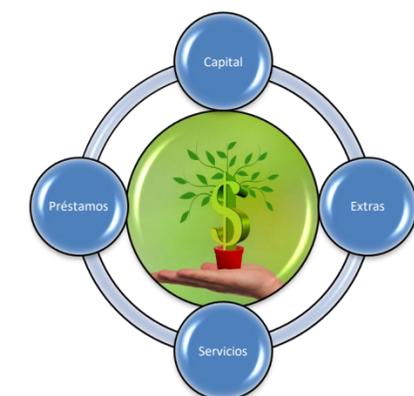
En función de los estados contables de la empresa, de sus objetivos y de sus necesidades financieras será más procedente utilizar unos u otras fuentes.





CAPITAL: vender una parte del Proyecto a cambio de dinero efectivo

- Tipos de inversores en capital:
 - Capital semilla: FFF (Family, Friends and Fools)
 - Inversor vocacional: Bussines angels.
 - Financiación colectiva en capital: Equity Crowdfunding. Ej. Socios inversores.
 - Fondos de inversión en capital: Venture capital. Ej. Seaya.



CONVINZE



PRÉSTAMO: CONCESIÓN DE DINERO POR UN TIEMPO DETERMINADO A CAMBIO DE UN BENEFICIO

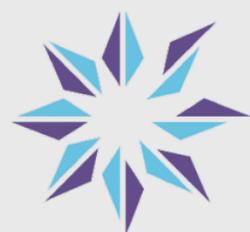
Con Garantías personales

- Micropréstamos personales. Cofidis.
- Préstamos con garantía personal.

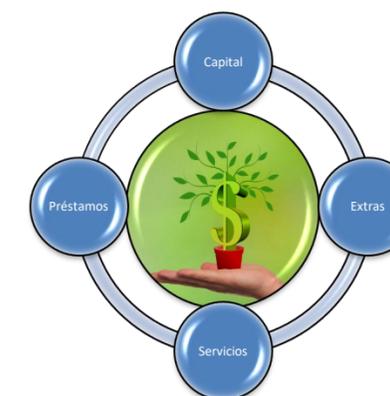
Plazo de amortización

Sin Garantías personales

- Micro créditos
- Línea de crédito
- Financiación colectiva de circulante: crowdlending. Ej. Loanbook
- Adquisición de bienes muebles: leasing
- Arrendamiento de B.Muebles: renting.
- Descuento de pagarés: factoring
- Préstamos hipotecarios.
- Créditos Públicos (Enisa, avante)
- Créditos a la innovación (CDTI)

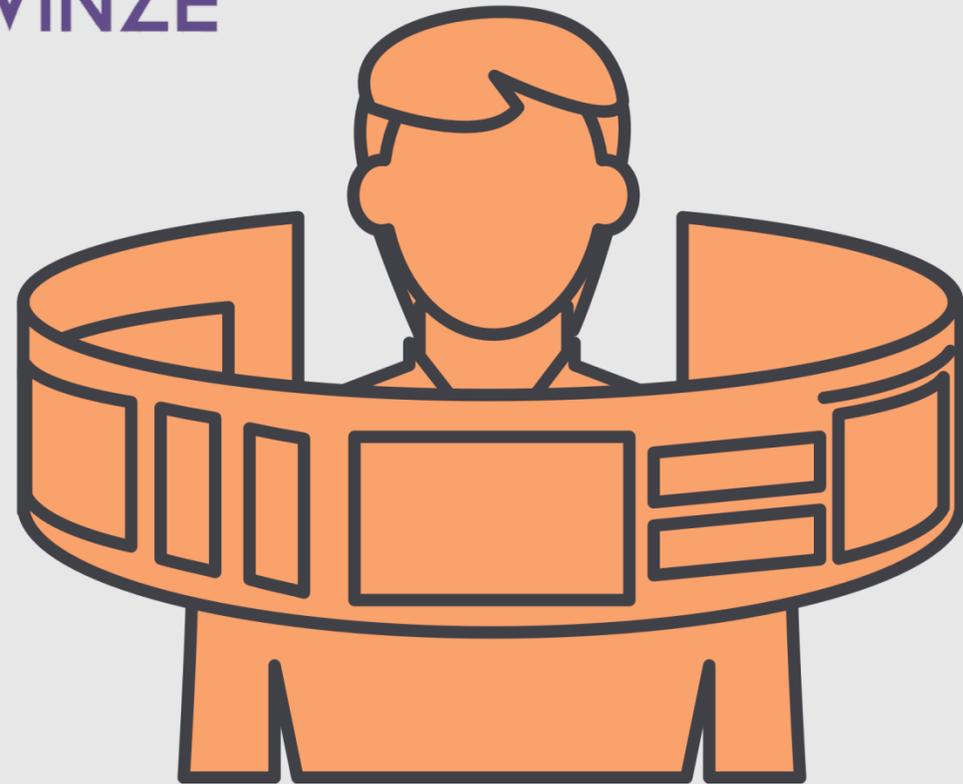


CONVINZE





CONVINZE



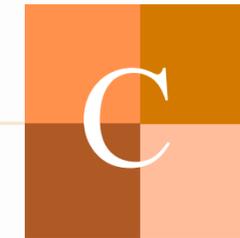
CUADROS DE CONTROL

Estadísticas, controles, ratios, desvíos, tendencias,
marketing y ventas...



- ESTADÍSTICAS VISITAS
- ESTADÍSTICAS PRESUPUESTOS
- ESTADÍSTICAS VENTAS
- RATIO VISITAS/VENTAS

- CONTROL DE GASTOS
GENERALES
- DESVÍO DE COSTES
- CONTROL DE HORAS
EFECTIVAS
- REVISIÓN DE PLANES DE
ACCIÓN



- CONTROL DESVÍO PPTOS.
- CONTROL RENTABILIDAD
- TENDENCIA PRECIOS VTA.
- MARKETING/VENTAS

- DESVÍO DE TESORERÍA
- TENDENCIA CUOTA MERCADO
- TENDENCIA RENTABILIDAD
- TENDENCIA ENDEUDAMIENTO



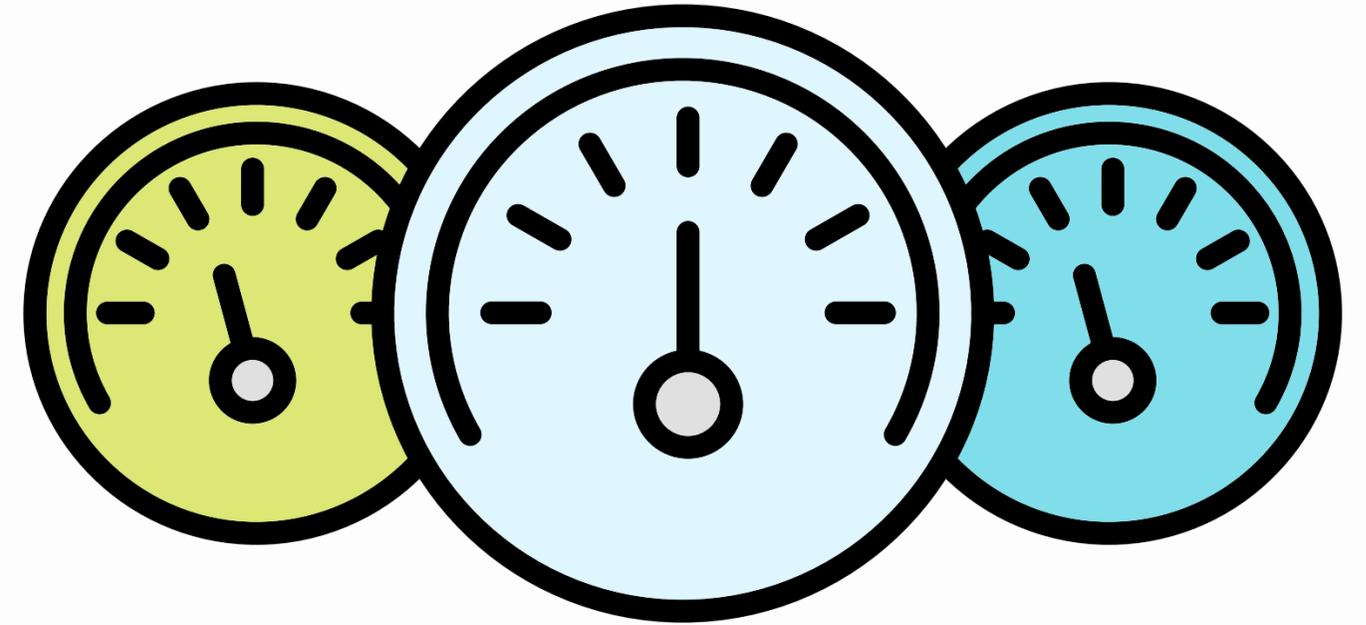
CONVINZE

CUADRO DE MANDO:

Selecciona de 6 a 8 parámetros que midan lo más importante.

Controlalos de forma periódica, establece objetivos sobre ellos.

Analiza periódicamente los desvíos: reobjetiva y replanifica.



CUADRO DE MANDO

Selección, control y análisis.



CONVINZE

CONFECCIÓN DEL PRESUPUESTO

PERSONAL		25	
CONFECCIÓN		40	
ENVÍOS		6	
PAKAGING		2	
DISEÑO		0,5	
TOTAL COSTES PRODUCCIÓN		73,5	
COSTES INDIRECTOS	3,50%	3,15	
PRECIO DE VENTA		90	
MARGEN		13,35	14,83%

ES MUY IMPORTANTE SABER CUANTO GANAS CADA VEZ QUE ELABORAS UN PRESUPUESTO



CONFECCIÓN DE PRESUPUESTOS

Se trata de convencerse y se trata de convencer

PODEMOS AYUDARTE:

C/ Buenavista 12 , Bajo 3

28012 Madrid

www.convinze.es

miguelnarros@convinze.es

680422817



¡MUCHAS GRACIAS!